

¿CÓMO HACEMOS UN TWEET? BREVE ANÁLISIS SOBRE TWITTER COMO ESCENARIO DE SOCIALIZACIÓN

María Florencia Valenzuela

Universidad Nacional de La Plata (Argentina)

Resumen

La manera en que se produce un espacio de socialización y manifestación cultural, que tiene incidencia en la organización y en la construcción de la identidad individual, ha cambiado a partir de la incorporación de las comunidades y redes sociales virtuales en la vida cotidiana. Esto incita al estudio de este fenómeno, considerando sus particularidades y sus implicancias. En el siguiente trabajo se intentará dar cuenta de las herramientas que propone Twitter al momento de pensar en socialización e identidad.

Palabras clave: *microblogging*, socialización, Twitter, vida cotidiana.

Introducción

La tecnología puede entenderse, a partir de una concepción integradora, como un conocimiento específico, en el que se produce una dialéctica de los sistemas tecnológicos, compuestos por artefactos técnicos, ciencia aplicada, estrategias de pensamiento creativo y el saber cultural, factores sociales y ambientales.

En este contexto, la tecnología interviene en las regulaciones entre los sujetos, y entre estos y la sociedad, desarrollando mediaciones, esto es, procesos de intercambio y negociación, acciones mediadas, comunicativas, a partir de las cuales se produce una interacción y reconstrucción cultural que impactan en la estructuración cognitiva y en el desarrollo de las funciones socio-psicológicas superiores.

Los medios, como objetos tecnológicos culturales, organizan estas acciones mediadas e introducen nuevos lenguajes y nuevos sistemas de símbolos que intervienen y constituyen esas mediaciones. Internet emerge como un medio que da cuenta de estas transformaciones; y las redes sociales virtuales (Linkedin, Facebook, Twitter, Youtube, My space, son algunas de las más conocidas), que sirvieron en un momento como herramienta para estar conectados, hoy se configuran como espacios de encuentro e intercambio cultural.

En la actualidad, y habiendo recorrido distintas plataformas virtuales donde poder expresarse, los usuarios de las redes sociales deciden volcarse a una nueva forma de escenario virtual: Twitter. Abordando lo que puede considerarse como el *boom* de las redes sociales del momento (si bien, técnicamente, no es una red social, como veremos a continuación), descubrimos que son múltiples las maneras en que los usuarios participan de ella. El presente trabajo se propone indagar sobre uno de sus usos, a partir del seguimiento y una breve entrevista a la cuenta de @gabuleta. Cuenta que, hasta el momento, posee 50.200 seguidores, sigue a 560 usuarios y se ha convertido en un referente dentro del mundo *twittero*.

Microblogging: la vida en 140 caracteres

"Gabuleta es mil cosas, es desde tierna hasta peleadora".

La Web 3.0, definida como toda aquella plataforma virtual que ofrece transformaciones en la base de datos e interacciones entre usuarios (es el caso de las redes sociales virtuales), ha traído modificaciones (técnicas y sociales) en la forma en la cual nos comunicamos, relacionamos y organizamos nuestras palabras. En el caso específico de Twitter, se trata de una red de *microblogging* creada en el año 2006 en los Estados Unidos por Jack Dorsey. Desde fines de 2009 cuenta con una versión en español, que posee, en la Argentina, más de 6.3 millones usuarios. La característica principal de este "microblogging" es que se trataría de un formato similar al blog *tradicional*¹ pero "reducido en posts de 140 caracteres, que pueden estar relacionados o no entre sí" (@gabuleta). Este aspecto estructurante de Twitter (su brevedad) ofrece la posibilidad de una mayor frecuencia de uso. Con ello, ser más activo y, como una posible consecuencia, tener mayor atención/repercusión. Pero ¿qué usos hacemos de esta red social? Artículos como los de Huberman, Romero y Wu (2009) o Java, Song, Tseng y Finin (2007), proponen distintos usos, de los cuales destacan: buscar o compartir información, propagación de ideas, vínculos sociales dinámicos, *marketing*/propaganda (política o comercial), hablar sobre actividades diarias (opiniones, comentarios). Sobre este último uso es sobre el que trataremos de indagar, por resultarnos el más interesante, ya que manifiesta el valor fundamental de toda red, que es que "contiene todo lo que en las culturas juveniles se ha vuelto relevante y significativo de exhibir y compartir con otros" (Winocur, 2006: 563). De esta manera, nos podríamos aproximar a la cotidianidad de los jóvenes y la forma en que esa cotidianidad es traducida para presentarla en línea, exponiendo, así, un modo de *twittear*.

Mi ex me mandaba a comprar ropa y cuando volvía me esperaba con la casa limpia y la cena hecha. No sé si era perfecto o mi esclavo (tweet).

Madre QUE NO VIVE EN MI CIUDAD me muestra ropa y me dice "no lo usás nunca". NO ME VES NUNCA, ES COMO QUE DIGA QUE NO MEÁS PORQUE NO TE VEO (tweet).

Los anteriores ejemplos de la cuenta de Twitter de @gabuleta nos hacen pensar que es posible expresar fragmentos de nuestras vidas en 140 caracteres. Considerar a cada post como fragmento nos lleva a tener en cuenta un aspecto favorable (distintivo): no existe necesariamente un tema particular sobre el cual postear (como tampoco lo podría existir en un día cotidiano). Esto da la posibilidad a los twittereros de poder expresar opiniones sobre las diversas situaciones que se le van presentando. Lejos de personajes excéntricos o afirmaciones con algún interés particular, un rincón de Twitter está destinado a personas que deciden compartir su visión de la vida corriente². Es importante destacar que este uso se

sustenta sobre personajes que brindan (y buscan) una mirada simple y cercana de los hechos, que provoque cierta empatía, si no identificación.

El yo twittero y el yo real

La identidad se forma por procesos sociales.

P. Berger y T. Luckmann.

“Persona” es un término que proviene del latín, cuyo significado es ‘máscara de autor’ (*DRAE*). Actualmente, podemos llegar a pensar que este significado persiste en la medida en que, consciente o inconscientemente, desempeñamos un rol. De esta forma, esa máscara muestra lo que queremos ser y es la manera en la que nos presentamos ante los demás. Podemos discutir la verosimilitud de nuestros personajes, ya que cada cual se muestra como quiere ser visto frente a sus propios ojos. En el mundo virtual, donde, en cierto punto, se busca trascender, un sujeto puede ser varios personajes, construir distintos perfiles según la red social, o, incluso, dentro de una misma red social (las intenciones para esto pueden ser diversas, y sería una idea interesante para continuar desarrollando en otro artículo).

Retomando el tema del rol desempeñado, E. Goffman sostiene al respecto: “cuando el individuo se presenta ante otros, su actuación tenderá a incorporar y ejemplificar los valores oficialmente acreditados de la sociedad” (Goffman, 1971: 47). A partir del uso propuesto de Twitter, podríamos discutir esta afirmación final en torno a los valores oficialmente acreditados. Porque si bien en esta red social seguimos presentándonos a partir de una imagen, de una máscara que representa valores y que muestra lo que pensamos de nosotros mismos (y queremos ser), no se reafirman los valores de la sociedad, sino que se muestran otros aspectos de lo cotidiano, socialmente menos “aceptables”. Se podría decir que se trata de un espacio en el que se dice lo no-idealizado, aquello que sería incorrecto o mal visto en una situación cara a cara, y que, asimismo, representa a los usuarios.

Sobrinos creen que soy la tía que siempre los deja comprar coca pero en realidad soy la tía que los usa de esclavos para que vayan a comprar (tweet).

Cuando tenés tetas todo lo que decís es interesante. Si se distraen las hacés saltar un poquito y tenés su atención de nuevo (tweet).

Los tweets de @gabuleta, una cordobesa de 26 años, diseñadora e ilustradora, proponen un giro humorístico de lo que (muestra que) le sucede en su vida cotidiana. Esto le otorga una marca distintiva, un estilo a su personaje, que, luego de casi 100.000 tweets en dos años, puede seguir manteniendo desde su creación.

Gabuleta es mil cosas, es desde tierna hasta peleadora. Cambiaron cosas en mi vida, cambié yo, y eso se vio reflejado en los tuits, pero básicamente tuiteo de la misma forma (entrevista).

Podemos pensar, entonces, que en Twitter la imagen se construye con relación a dos cuestiones: por un lado, las pautas específicas del espacio de interacción virtual (no todas las redes sociales comparten las mismas pautas o códigos) y, por otro, los relatos que se hacen de las propias vidas. En *Etnografía virtual*, C. Hine propone que Internet adquiere forma entre sus usuarios en modos que no establecen *a priori* una barrera entre los mundos *offline* y *online*. El hecho de que se manifiestan aspectos de la vida y consideraciones personales en torno a ellos, nos permite sostener que, en este uso específico de Twitter, ambos mundos se entrelazan. Pero ¿de qué manera?

Twitter, a diferencia de otras redes sociales (como Facebook, por ejemplo), permite registrarse bajo un nombre de usuario falso o ficticio³, lo que daría “mayor libertad” al momento de brindar opiniones o hacer comentarios. Lejos de que el anonimato resulte una falta de compromiso, puede pensarse que esta pauta forma parte de la característica principal de Twitter: “localiza las cuentas que te resulten más atractivas y sigue sus conversaciones” (twitter.com). Se propone, entonces, seguir las conversaciones, no a una persona. No interesa, en este marco, quién es el que escribe, sino lo que escribe. Los “seguidores”⁴ se sienten identificados con esos relatos que el usuario hace de la propia vida.

En consecuencia, se entrelazan los hechos de la vida real con la virtualidad, en este caso, filtrados por el humor, la ironía o la ridiculización. Y son los posts nuestras máscaras, que se vuelven más auténticas por no estar atadas a una identidad identificable, sujeta a la mirada crítica de la sociedad, donde se espera que se diga lo correcto, lo esperable, lo acreditado. No se deja de ser empleado, docente, ingeniero, madre, pero esta nueva máscara es utilizada para moverse en espacios como este, donde las personas están habilitadas a un punto de vista irónico sobre sus propias estrategias en otros espacios en los que se ven más cohibidos. Lo novedoso de esta red social es la visibilidad e intensidad que tienen los tweets.

Cuando @gabuleta decide darle ese uso a su cuenta se transforma en un referente desconocido pero conocido, al mismo tiempo, por su punto de vista sobre distintas situaciones. Los usuarios, a través de este uso de Twitter, se relacionan a partir de la palabra. Poco importa ya el aspecto físico, y una prueba de esto es la utilización del avatar (imagen asociada a un usuario para su identificación) en lugar de una fotografía. Como dijimos anteriormente, el anonimato permitiría dejar de lado lo que en otros ámbitos puede resultar un condicionante social y, de esa manera, el usuario puede mostrar una “máscara” lejos de la mirada juiciosa de lo políticamente correcto.

Hablar de relaciones (reales) en la virtualidad

“Me hice muy amiga de varios [tuiteros], de juntarnos o viajar para vernos, con otros interactúo y con otros directamente no” (entrevista).

Las redes sociales presentadas como nuevo espacio de socialización refuerzan la socialización tradicional (no la reemplazan), brindando la posibilidad de establecer contacto con sujetos desconocidos previamente.

El elemento innovador de Twitter es que, al ser más rápido que el blog (por ser más corto el post, ya que no puede superar los 140 caracteres), aumenta la frecuencia de entradas. En el caso de @gabuleta, por ejemplo, ha llegado a realizar alrededor de 30 posts en un día. Asimismo, la posibilidad de acceder a esta plataforma no solo desde la computadora, sino también desde los dispositivos móviles (teléfonos inteligentes, tabletas, etc.), hace que los tweets sean escritos, en algunos casos, casi al mismo momento en que se produce el hecho o situación del que se escribe.

Estas dos características, entonces, la brevedad y lo instantáneo, hacen de Twitter un espacio virtual sumamente dinámico y activo. Y las interacciones (estos nuevos intercambios sociales) que se producen en él tendrán las mismas particularidades. Esto conlleva, a nuestro entender, un aspecto positivo y otro negativo. Con relación al primero, podemos decir que se producen respuestas o menciones de manera espontánea (también breves), que significan una primera impresión del tweet, una apreciación simple y desestructurada. Si anteriormente hablamos de que en Twitter los usuarios se despojan, en cierto sentido, de la mirada del otro que juzga (podemos llegar a afirmar que lo que se lee recibe un juicio de valor u opinión, no una sentencia), este aspecto remarca lo dicho. Las interacciones que pueden llevarse a cabo en este *microblogging* son sinceras y directas, pero al mismo tiempo, pueden resultar vacías o innecesarias y contribuir a una acumulación de tweets que, en verdad, dicen poco (he aquí el aspecto negativo). Ahora bien, en la vida cotidiana esto es habitual. Y lo que caracteriza a Twitter es que muestra lo habitual, muestra la vida cotidiana de estos jóvenes. Entonces, consideramos que se trata de algo más que de un hecho social. A partir de los distintos usos y construcciones en las redes sociales y, en este caso, en el *microblogging*, podemos reflexionar sobre la sociedad misma y entrever significados culturales.

Ahora bien, cuando hablamos de la posibilidad de establecer relaciones en (y más allá de) la virtualidad, estamos considerando que el ciberespacio nos presenta una nueva realidad: si anteriormente el club, un boliche o una plaza significaban espacios de encuentro y sitios donde surgían nuevas relaciones, en la actualidad se incorporan los espacios virtuales. En Twitter, los usuarios establecen a qué personas seguir a partir de lo que estas escriben. Esos tweets pueden ser contestados y así se establecen interacciones que pueden derivar en md (Mensaje Directo), y, como sostiene @gabuleta, terminar en un encuentro en persona. Como sucede en la vida “real”, *online* podemos acercarnos a distintas personas, porque no deja de ser una relación humana, solo que con otras reglas y medios.

En los primeros análisis sobre comunidades virtuales leíamos sobre el hecho de que las redes virtuales permitían que se conecten personas con el mismo interés de una manera más rápida. Hoy en día, y tomando como ejemplo el objeto de este trabajo, podemos contemplar que lo anterior no es lo único posible. No se estaría haciendo foco solamente en la identificación a partir de las semejanzas con un grupo, sino que la característica de la identidad que se maneja en el uso analizado de Twitter es la individualización, basada en las relaciones interpersonales. No se intenta “ser miembro de” o “pertenecer a”, sino que se busca mostrar la visión particular de los sucesos cotidianos, la autenticidad (de nuevo, libre de prejuicios sociales, culturales, políticos, de género, etc.), y que el otro, el seguidor (potencial), se sienta involucrado de cierta manera (identificado o no) en esa breve narración o situación.

[Para seguir a alguien] Leo por RT⁵ o me hace una mention⁶ interesante y entro a ver si me agrada lo que escribe (entrevista).

Este es otro motivo para afirmar que nos podríamos servir de este “fenómeno virtual” para realizar un análisis social, en la medida de que podríamos diferenciar “tipos de identidad” (Berger y Luckmann), observables y verificables en la experiencia, ya que los tweets, al considerarlos productos sociales, mostrarían elementos relativamente estables de la realidad social objetiva. Pero esto es tema para posteriores estudios.

Comentarios finales

La red y el ciberespacio han hecho de Internet un artefacto cultural. Su estructura se entrelaza con la de la sociedad física o real, y surge como primordial la idea de mediación que puede ser estudiada desde múltiples aproximaciones, debido a que en su interior se ponen en juego variados y complejos fenómenos, fluidos e indefinidos. En esta etapa de Internet, no se trata de buscar el método, sino averiguar los significados a partir de los que se construyen las relaciones, cobran sentido los comportamientos, se describen los procesos, se analizan las transformaciones, etcétera. De esta manera nos estaríamos posicionando no en lo virtual como lo irreal, sino en lo virtual como aquello que existe solo en potencia y no en acto (Lévy), el espacio físico es complementario de la virtualización. Internet es una expresión real en la medida en que está producida por sujetos reales desde los espacios concretos de sus vidas cotidianas y tiene efectos tangibles en la vida de los que la utilizan (Winocur).

En este trabajo intentamos abordar una determinada práctica (con sus respectivas propiedades) en torno a la cual exponer una percepción de la realidad. Mostramos uno de los múltiples usos en Twitter: el irónico, sosteniendo la importancia de continuar indagando sobre los otros. En esta plataforma descubrimos un nuevo modo de relación entre los jóvenes, un nuevo espacio donde manifestarse y hacerse escuchar (leer), donde pueden dar a conocer su *traducción* de la realidad.

Siguiendo una lógica en la que no basta con conocer la información, sino que hay que comprender en profundidad las distintas influencias para poder interpretarla, invitamos a continuar preguntándonos cómo hacemos un tweet.

Notas

¹ Podríamos definir “blog” como un sitio web donde se realizan publicaciones (individuales o colectivas) ordenadas cronológicamente, que no necesariamente tienen que centrarse en un tema particular. Un blog puede ser un espacio donde se reúnan artículos que traten de diversas temáticas.

² Es importante recordar que la visión de la vida corriente y la identificación de esa visión (que se concreta en un tweet) están vinculadas a los ámbitos sociales (con sus respectivos símbolos, actividades socioculturales, etc.) de los usuarios. En las representaciones sociales se pone de manifiesto un valor de carácter simbólico, que está vinculado con las experiencias reales de los sujetos reales, desde los espacios concretos de su cotidianidad (Winocur, 2006). No podemos desconocer que las nuevas tecnologías y sus espacios virtuales de comunicación y transmisión de conocimiento no son completamente inclusivas. Por lo que al hablar de una vida corriente o situaciones de la vida cotidiana, estamos considerando la cotidianidad de usuarios que transitan determinados espacios sociales y que hacen uso de Twitter.

³ En ocasiones, el usuario se registra con un sustantivo, una palabra inventada, una frase, dejando de lado el tradicional “nombre y apellido”.

⁴ Usuarios que están interesados en otro usuario y que, a partir de la función “seguir”, leen todo lo que este postea (publicaciones que aparecerán en la página de inicio de su Twitter).

⁵ Un retweet (RT) es una republicación del Tweet de otra persona.

⁶ Son cada uno de los Tweets en los que se incluye (menciona) un nombre de usuario.

Bibliografía

- Berger, P. y Luckmann, T. (2008), *La construcción social de la realidad*, Buenos Aires, Amorrortu.
- Dabas, E. y Najmanovich, D (comps.) (2002), *Redes. El lenguaje de los símbolos. Hacia la reconstrucción y el fortalecimiento de la sociedad civil*, Buenos Aires, Paidós.
- Doueih, M. (2008), “El blogueo de la ciudad”, en *La gran conversación digital*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, pp. 87-129.
- Fejler, E. (2000), “Las comunidades virtuales en Argentina: vida y pasión”, en Finquelievich, S. (coord.) *¡Ciudadanos, a la Red! Los vínculos sociales en el ciberespacio*, Buenos Aires, Ediciones Ciccus, pp. 235-268.
- Goffman, E. (1971), “Introducción” y “Actuaciones”, en *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Buenos Aires, Amorrortu, pp. 13-87.
- Huberman, B. A., Romero, D. M. y Wu, F. (2009), “Social Networks that Matter: Twitter Under the Microscope”, *First Monday*, Volume 14, N.º 1. Disponible en: <<http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/2317/2063>>.
- Java, A., Song, X., Tseng, B., Finin, T. (2007), Why We Twitter: Understanding Microblogging. Usage and Communities (en línea). Trabajo presentado en SNA-KDD Workshop, California. Disponible en: <<http://aisl.umbc.edu/resources/369.pdf>>.
- Martínez Ojeda, B. (2006), *Homo digitalis: etnografía de la cibercultura*, Colombia, Ediciones Uniandes.

- Lévy, P. (2007), “¿Las tecnologías tienen un impacto?”, en *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*, México, Anthropos.
- Pak, A. y Paroubek, P. (2010), “Twitter as a Corpus for Sentiment Analysis and Opinion Mining” (en línea), Francia, Université de Paris-Sud. Disponible en: <http://www.lrec-conf.org/proceedings/lrec2010/pdf/385_Paper.pdf>.
- Reguillo, R. (2012), “Navegaciones errantes. De músicas, jóvenes y redes: de Facebook a Youtube y viceversa” (en línea). *Comunicación y Sociedad*, núm. 18, julio-diciembre, pp. 135-171. Disponible en: <<http://www.redalyc.org/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=34623154007>>.
- Sibilia, P. (2008), *La intimidad como espectáculo*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica. twitter.com/about
- Winocur, R. (2006), “Internet en la vida cotidiana de los jóvenes”, *Revista Mexicana de Sociología*, julio-septiembre, pp. 551-580.